

ABSTRAK

Persaingan Obat herbal semakin ketat hal ini menjadikan harga, kualitas produk, dan pelayanan dapat diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka dapat menimbulkan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian Obat herbal pada CV Zafran Aryanto Herbal Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau bersifat *infinite*.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sesuai dengan kuisioner yang diisi oleh 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan teknik metode *Non probability sampling* dan penentuan sampel analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian untuk hal itu CV Zafran Aryanto Herbal Surabaya diharapkan lebih memperhatikan dalam strategi penetapan harga, kualitas produk dan pelayanan karena dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

Competition among herbal enforce industry makes price, product quality and service quality in accordance with customers expectation. As consequence, it affects customers buying decision of herbal medicine at CV Zafran Aryanto Herbal Surabaya. While, the population was infinite.

The research was descriptive-quantitative. Moreover, the data collection technique used Non-probability sampling with questionnaires as the instrument. The questionnaires were distributed directly to 100 respondents. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with validity and reliability test as instrument testing. The research result concluded price had insignificant effect on buying decision. On the other hand, product quality had positive and significant effect on buying decision.

Likewise, service quality had positive and significant effect on buying decision. In brief, the management of CV ZafranAryanto had to be more aware of price determination, product quality and service quality since they could affect buying decision.

Keywords: price, product quality, service quality, buying decision

